Mal Artha Gading

Libatkan Banyak Kontraktor Spesialis

Pembangunan di wilayah Jakarta Utara, khususnya di kawasan Kelapa Gading, belakangan cukup pesat. Terbukti, pada salah satu area Sentra Bisnis Artha Gading seluas kurang lebih 40 ha yang dikembangkan oleh PT Swadaya Panduartha, dalam waktu relatif singkat akan 'disulap' menjadi hunian dan bangunan komersial bergengsi.

Menurut Ir. Andreas Leodra - *General Manager* Proyek & Teknik PT Swadaya Panduartha, lahan yang telah dimiliki pihaknya sejak 1997, melihat situasi dan kondisi perekonomian saat itu, tidak memungkinkan untuk segera dibangun. Sehingga, pelaksanaannya menunggu waktu dan peluang yang tepat. Dengan sabar menanti 'kepastian', ternyata menginjak tahun 2000-an telah terjawab dan dimulailah pekerjaan proyek yang relatif besar ini.

Untuk pelaksanaan pembangunan, lanjut Andreas, dibagi menjadi 2 tahap. Yakni, tahap I sudah terealisasi pembangunan ruko-ruko di atas daerah perencanaan seluas kurang lebih 4,5 ha. Kemudian, perumahan berupa kavling siap bangun di atas daerah perencanaan seluas 17 ha. Di area ini, dilengkapi dengan berbagai fasilitas. Dan, untuk mengundang daya tarik *customer* pihak pengembang telah membangun 7 unit rumah mewah. Disiasati demikian, agar kavling yang telah dibeli, seyogianya untuk segera dibangun dan tidak saling menunggu. Adapun luas kavling yang ditawarkan bervariasi, dengan ukuran standar berkisar 300 m^2 - 800 m^2 per kavling. Di samping itu, terdapat kavling komersial siap bangun di atas daerah perencanaan seluas 3 ha (di blok D) dan 2,7 ha (di blok A).



Ir. Andreas Leodra.

Sementara itu, di tahap II tengah dibangun mal di atas daerah perencanaan seluas 6 ha dan telah beroperasi bangunan *Electronic City* (EC) di atas lahan seluas 2 ha. Bangunan EC tersebut, sifatnya bukan permanen dan beberapa tahun mendatang akan dibongkar. Menurut rencana, akan dikembangkan untuk bangunan komersial lain, dan EC dipindahkan ke mal. Sedangkan sisa lahan, difungsikan sebagai jalan, sungai/saluran dan taman.

Dengan dibangunnya Mal Artha Gading (MAG) di tahap II ini, ungkap Andreas, mengingat secara pasar di tahap I dirasakan cukup sukses. Di samping itu, untuk kawasan Jakarta Utara dan Timur ini, mal kelas atas atau setara dengan Taman Anggrek, Plaza Senayan dan sebagainya boleh dibilang masih kurang, kebanyakan sekelas *trade center*. Berdasarkan pertimbangan tersebut, maka MAG dibangun dengan meng-

ambil pangsa pasar *middle up*.

Mengingat sasaran pasarnya adalah *middle up*, maka untuk ruang-ruang bisnis dipasarkan dengan sistem sewa. Sehingga, untuk manajemen propertinya, lebih terarah atau mudah pengaturannya dan pihak pengembang masih tetap memiliki aset. "Memang ada yang dijual, tetapi hanya 10 persen. Meliputi *retail space* berukuran kecil, di bawah 50 m² yang lokasinya tersebar di lantai dasar, 1, 2 dan 3. Hingga *Konstruksi* wawancara beberapa waktu lalu, penyewa telah mencapai 80 persen," katanya.

Pada tampak luar bangunan, secara umum didesain dengan sentuhan modern. Namun, pada salah satu *entrance* terdapat sentuhan arsitektur Cina. Hal tersebut, merupakan kelanjutan dari konsep interior. Karena rancangan di dalam bangunan ini, sengaja dibuat unik agar menghadirkan suatu mal tematik yang berbeda dengan desain pusat perbelanjaan lain di ibukota ini. Yakni, mengacu pada konsep *silk road* (jalur sutera). Untuk lebih detilnya (*Baca : Konstruksi edisi No. 325 - September 2003*).

Dengan menerapkan konsep itu, diharapkan agar para pengunjung cakupannya bisa lebih luas, bukan saja dari Jakarta Utara dan Jakarta Timur saja. Melainkan seluruh wilayah Jakarta dan Botabek, " papar Andreas.

Design brief yang disampaikan ke perencana, dari pihak pengembang saat itu, sebenarnya tidak terlalu mendikte. Pada dasarnya, agar desain yang disajikan unik. Kemudian, pihak perencana mengajukan desain dengan konsep tersebut. Setelah diterima *owner*, supaya mendukung penampilan, tanpa mengganggu kebutuhan ruang bisnis di dalam mal (antara konsep interior dan kebutuhan mal tidak saling mengganggu) diminta untuk dikembangkan. "Untuk itu, mereka (perencana) kita minta studi ke berbagai negara, agar kesan etnik yang ada tetap menonjol serupa dari negara asalnya," tambahnya.

Kendati *style* yang dihadirkan di dalam koridor-koridor utama pusat perbelanjaan ini meng-*copy* dari berbagai negara, namun untuk unit-unit toko, diatur berdasar *tenant mixed*. Jadi, misalnya pada toko yang menempati di sekitar koridor dengan *style* Itali, tidak harus jenis barang yang diperdagangkan hasil impor dari negara itu. Dari mana saja, termasuk Indonesia diperbolehkan.

MAG berdiri di atas area seluas kurang lebih 6 ha, dengan luas total lantai bangunan sekitar 230.000 m². Terdiri dari 6 lantai dan 1 lapis besmen (lantai besmen, dasar, 1, 2, 3, 4 dan 5). Dirancang terdapat kurang lebih 800 toko *shops*. Dengan ukuran bervariasi, berkisar 16 m² - 200 m². Sedangkan untuk *mini-anchor* dan *anchor tenant* berkisar 500 m² - 15.000 m².

Berdasarkan rencana, lantai besmen diperuntukkan bagi parkir dan *supermarket*. Lantai dasar, 1, 2 dan 3 difungsikan untuk *retail, mini-anchor* dan *anchor tenant*. Adapun *tenant mixed* pada lantai dasar, dengan jenis dagangan antara lain *fashion, boutique* dan beberapa tempat jualan makanan. Pada lantai 1, ritel-ritel dengan variasi jenis dagangan dan beberapa restoran. Lantai 2, *food court* dan restoran, serta *mini-anchor*. Lantai 3, diperuntukkan perdagangan *furniture* dan perlengkapan rumah tangga, serta elektronik. Sedangkan pada lantai 4, 5 dan atap dimanfaatkan sebagai fasilitas parkir, dengan kapasitas total sekitar 3.000 mobil. Di samping itu, pada lantai 4 terdapat *cafe, bilyard* dan lantai 5 ada *bowling* dan *boutique theater*.

Pada tampak luar (eksterior) bangunan diselesaikan dengan material kombinasi antara bata plester aci *finish* cat, GRC *finish* cat, granit, serta panel aluminium dan kaca. Memasuki ruang dalam, pada lantai area publik bahan *finishing* yang digunakan juga bervariasi. Yakni, marmer, granit dan *homogeneous tile*. Untuk pembatas antar toko/-*shops* dengan celcon dan bata ringan, serta pada *shop front* digunakan bahan kaca tanpa rangka, dan *ceiling* pada koridor dengan material gipsum. Sedangkan penyelesaian lantai dan plafon pada *tenant area*, diserahkan kepada penyewa. Selanjutnya, bervariasi pula untuk material *finishing* yang dipakai pada elemen dekoratif interior. Yaitu, GRC, kayu, metal dan kaca.



Desain unik pada Atrium Perancis.

Fast track

Perencanaan MAG diserahkan kepada PT Airmas Asri (Arsitektur, sebagian Interior dan *Landscape*,

m³. Lalu, dengan bantuan pompa, ditransfer menuju *roof tank*. Seterusnya, didistribusikan ke lantai-lantai bawah secara gravitasi, kecuali 2 lantai teratas dengan bantuan *booster pump*.

Sarana transportasi vertikal di dalam bangunan, selain tangga akan dilayani dengan 2 unit lift kapsul dan 6 unit lift penumpang yang sekaligus dapat dimanfaatkan sebagai lift servis/kebakaran. Juga, disediakan 70 unit eskalator (35 pasang/naik-turun) dengan lebar rata-rata 1,2 m.

Untuk pengkondisian udara (AC) di dalam ruang dipilih sistem *central water cooled-centrifugal* dengan kapasitas 6.000 TR. Sumber daya listrik utama dipasok dari PLN dengan kapasitas 15.000 kVA (15 megawatt) dan di *back up* genset 100 persen (berdasarkan rencana ada 7 unit genset). Kapasitas tersebut, dapat di *expand* sampai 18 megawatt.



Restoran, merupakan salah satu fasilitas yang sangat diperlukan bagi para pengunjung.

Sistem komunikasi, diperoleh dari penyambungan PT Telkom. Untuk tahap I disediakan 1.600 satuan sambungan telepon (sst) dan dapat dikembangkan hingga 2.400 sst. Dipersiapkan juga CCTV berjumlah kurang lebih 110 kamera yang dipasang tersebar di seluruh area.

Dilengkapi pula sistem tata suara *background music*, *car call* dan *paging*. Serta, sistem pencegahan dan penanggulangan terhadap bahaya kebakaran yang mengacu pada standar bangunan tinggi. Seperti adanya *fire alarm*, *smoke/heat detector*, *hydrant*, *sprinkler*, serta *fire extinguisher*. Dan, untuk keamanan bangunan, dipasang penangkal petir dengan sistem EF.

■ Saptiwi Sbj